

Tipps für die Renditesteigerung im Möbelhandel

von Rainer Frieß

Teil 3: Mit den richtigen Verkäufern zum Erfolg

Voraussetzung für Ihren Erfolg ist, wie in den beiden vorausgegangenen Artikeln beschrieben, ein klar herausgestelltes Profil (HartDran Nr. 156) mit einem profitablen Sortimentsaufbau (HartDran Nr. 158). Der dritte wichtige Erfolgsfaktor sind Ihre Verkäufer.

Haben Sie die richtigen Verkäufer, die auch in schwierigen Zeiten erfolgreich zum Abschluss kommen?

In den 90er Jahren ging es dem Möbelhandel sehr gut und es wurden viele Verkäufer eingestellt, die ohne große Mühe gutes Geld verdient haben. Doch jetzt haben wir zögernde Kunden, die lange herumschauen, bis sie sich zu einem Kauf entscheiden. Dies erfordert kompetente, motivierte und abschlussstarke Verkäufer. Die Frage ist nur:

1. Sind Ihre Verkäufer wirklich kompetent, motiviert und abschlussstark?
2. Woran erkennen Sie diese Verkäufer und wie schaffen Sie es, nur noch solche einzustellen?
3. Was tun Sie dafür, dass diese Spitzenkräfte bei Ihnen bleiben bzw. zu Ihnen kommen?

Gehen wir die Fragen der Reihe nach durch. Zur Beantwortung der Frage 1 haben wir im Team Rainer Frieß ein spezielles **Verkäufer-Testing** entwickelt, das es uns gemeinsam mit Ihnen ermöglicht, die Motivation und Kompetenz Ihrer Verkäufer objektiv und schnell zu erfassen und die individuellen Stärken und Schwächen der Mitarbeiter zu erkennen und diesen zurück zu melden. Dabei wird sich natürlich auch herausstellen, dass einzelne Mitarbeiter nicht über die erforderliche Grundmotivation und -Kompetenz verfügen bzw. an der falschen Stelle eingesetzt werden.

Wenn wir heute durch größere Möbelhäuser laufen, ist häufig zu beobachten, dass Verkäufer Kunden schon gar nicht mehr aktiv ansprechen, weil sie glauben, dass die Kunden doch nur schauen wollen. Dieses passive Abwarten bis der Kunde sich selbst beim Verkäufer meldet ist bei zögerlichen Kunden sicherlich verkehrt und kostet Sie viel Umsatz. Dies ist in vielen Häusern an der Tagesordnung.

Frage 2: „Das Geheimnis des Könnens liegt im Wollen!“

Die wichtigste Kompetenz eines Verkäufers ist das „Erfolg haben wollen“. Denn nur wer etwas wirklich will, wird es auch erreichen. Ein/e VerkäuferIn muss den „absoluten Willen zum Abschluss machen“ in sich haben. Das ist die wichtigste Grundvoraussetzung. Die **Fach-**

kompetenz wird bei weitem überschätzt und war viele Jahre – zusammen mit Verkaufserfahrung in einem bestimmten Segment – das entscheidende Einstellkriterium. So werden erfolglose Verkäufer von einem Möbelhaus zum nächsten geschoben.

Doch reines Fachwissen kann man sich – wenn man will – schnell aneignen. **Demgegenüber sind Verhaltenskompetenzen wie: Zuhören und auf Kunden aktiv zugehen können, Fragetechniken und rhetorische Fähigkeiten beherrschen, schlagfertig sein und Abschluss-Signale erkennen etc. deutlich wichtiger** aber auch schwerer zu erlernen. Deshalb sollten Sie auf diese Fähigkeiten viel mehr achten und ruhig auch Bewerber aus anderen, schlechter bezahlten Dienstleistungsbranchen wie z.B. Textileinzelhandel oder Hotelgewerbe in Erwägung ziehen, die diese Fähigkeiten bereits mitbringen. Sie können die Verkaufs- und Sozialkompetenz von neuen Bewerbern auch im Vergleich zu Ihren derzeitigen VerkäuferInnen sehen, indem Sie auch diese zum Verkäufer-Testing einladen.

Frage 3: „Geld und Anerkennung“ sind die Haupttriebfedern erfolgreicher VerkäuferInnen.

Es stellt sich also die Frage, ob die guten Verkäufer in Ihrem Unternehmen auch mehr Geld und Anerkennung bekommen als andere. Gerade in der aktuellen Situation können Sie leistungshemmende Entgeltsysteme wie reines Festgehalt oder Festgehalt mit geringer Umsatzbeteiligung auf **leistungsfördernde Entgeltsysteme** umstellen.

Leistung muss sich für VerkäuferInnen lohnen. Sorgen Sie für lohnenswerte, leistungsbezogene Gehaltsunterschiede und kommunizieren Sie dies aktiv innerhalb der Firma, indem Sie diese Mitarbeiter auch hervorheben („Die 10 erfolgreichsten Verkäufer des Monats“, „die Abteilung des Monats“, etc.). Steuern Sie die Wettbewerbe so, dass es immer wieder neue Chancen gibt und nicht immer dieselben gewinnen. Lassen Sie sich attraktive Belohnungen wie „Wochenendausflug nach ...“, „ 2 Eintrittskarten für ...“, „ 1 Flasche Champus mit Spezial-Etikett: MitarbeiterIn des Monats“, etc. einfallen und sorgen Sie dafür, dass ein positiver Leistungswettkampf innerhalb der Firma entsteht. Denn Kunden hinzu gewinnen können Sie nur mit „gewinnenden“ VerkäuferInnen.

Für Diskussionsbeiträge und Fragen steht Ihnen Team **Rainer Frieß** gerne unter moebelbranche@sellympia.de oder 0 62 41 / 20 83 69 zur Verfügung. Bis Mitte März (HartDran 162) mit weiteren Tipps zur Renditesteigerung im Möbelhandel.



Rainer Frieß

ist seit über 20 Jahren für die namhaftesten deutschen Wirtschaftsunternehmen tätig und spezialisierte sich in der Möbelbranche rund um den Vertrieb auf:

- ⇒ Verkäufer-Testing
- ⇒ Verkaufs-Training
- ⇒ Management-Training
- ⇒ Coaching
- ⇒ Strategie- & Organisationsberatung

Seine Sellympia®-Konzeption wurde ausgezeichnet mit dem Dt. Trainingspreis >Certificate of Excellence<

Seine Beratung und seine Trainings stehen „nachweisbar“ für deutliche Renditesteigerungen.